

“전기차 수요 둔화 등 어려운 시기 정부, 이차전지산업 도약 뒷받침”

‘배터리 산업의 날’ 기념식

문신학 산업통상부 차관
“재도약 위해 초격차 기술개발
공급망 다변화 등 시장창출 필요”



문신학 산업통상부 차관이 30일 서울 강남구 그랜드인터컨티넨탈 서울 파르나스에서 열린 ‘Invest KOREA 컨퍼런스’에 참석해 축하하고 있다. /산업통상부

국내 배터리 산업계가 한자리에 모여 위기 극복과 재도약의 의지를 다졌다. 정부도 여의치 않은 상황에 놓인 배터리 산업 지원에 적극 나서기로 했다.

문신학 산업통상부 차관은 30일 서울 조선 팰리스 호텔에서 열린 한국배터리산업협회 주최 제5회 ‘배터리 산업의 날’ 기념식 축하를 통해 “우리 이차전지 산업이 긴 터널을 지나, 한 단계 더 도약할 수 있도록 정부도 충분히 뒷받침하겠다”며 정부의 업계 지원 의지를 밝혔다.

문 차관은 “이차전지 산업이 전기차 수요 둔화, 핵심광물 공급망 리스크 등으로 어려운 시기를 지나고 있는 상황”이라고 평가하고, “산업 재도약을 위해 초격차 기술개발, 공급망 다변화와 새로운 시장창출이 필요하다”고 강조했다.

이날 행사는 ‘배터리 초격차와 산업 생태계 확장’을 주제로 산업계와 학계, 정부 관계자 250여명이 참석한 가운데 열렸다. 행사에서는 배터리 산업의 한 해 성과를 공유하고, 총 20명의 산업유공자를 포상했다.

박진 삼성SDI 부사장이 은탑산업훈장을 수상했다. 고에너지밀도 전기차 배터리 개발과 ESS 안전성 표준화를 선도해 삼성SDI의 배터리 기술력을 세계 최고 수준으로 끌어올린 공로다. 특히 전기차 배터리 분야에서 세계 최초로 1회 충전 주행거리 600km, 20분 급속 충전이 가능한 고에너지밀도 및 장수명 배터리를 개발·상품화해 글로벌 완성차 OEM의 대규모 수주를 이끌고, 각형 기반 스택(Stack) 구조를 적용해 에너지 밀도를 13~17% 향상시키는 독자 기술을 확보했다는 평가를 받는다.

또 장성군 엘앤에프 사장은 산업포장을, 오승모 민테크 최고기술자문(서

울대 명예교수)는 대통령표창을 받았다. 장 사장은 하이니켈 양극재 기술개발 및 수출 확대를, 오자문은 리튬이차전지 기초연구와 전고체전지 핵심기술 개발을 통해 산업 발전에 기여한 공로다. 이밖에도 최석원 LG에너지솔루션 센터장, 김점수 동아대 교수 등 17명이 국무총리 및 산업통상부 장관 표창을 받았다.

최중경 한미협회 회장은 배터리협회 특별공로상을 수상했다. 최 회장은 지난 3월 민·관 합동 배터리 사절단을 이끌고 미국 켄터키·오하이오·인디애나 등 7개 주를 방문, 첨단제조생산세액공제(AMPC) 유지 및 투자지원 확대를 위한 ‘대미 아웃리치’를 주도한 공로를 인정받았다.

김동명 배터리산업협회장은 개회사에서 “국내 투자가 이어지고, 기술혁신과 일자리 창출의 선순환이 이뤄질 수 있도록 한국판 IRA(투자세액공제 직접환급제도, 생산촉진세제) 도입이 시급하다”며 정부의 적극적인 지원을 요청했다.

그러면서 “ESS와 BaaS(배터리서비스사업) 분야로 사업 영역을 확장하고, 차세대 배터리 기술 확보와 원재료 국산화, 사용후 배터리 재사용·재활용, 기후변화 대응 등에 업계가 적극 앞장서겠다”고 강조했다.

/세종=한용수 기자 hys@metroseoul.co.kr

“안전정보·경제적 대가 숨기면 기만광고”

공정위, 기만적 표시·광고 심사지침 기만적 광고 세부 심사기준 명확화

소비자 안전에 관한 중요 정보를 숨기거나, 대가를 받고도 광고 사실을 밝히지 않는 행위가 앞으로 ‘기만적인 표시·광고’로 제재받게 된다.

공정거래위원회는 30일부터 개정된 ‘기만적인 표시·광고 심사지침’을 시행한다고 밝혔다. 이번 개정은 표시·광고의 공정화법 제3조 1항에서 규정한 부당한 표시·광고 유형(거짓·과장, 기만, 부당비교, 비방) 중 ‘기만적 광고’의 세부 심사 기준을 명확히 하기 위한 것이다.

이번 개정의 핵심은 ▲소비자 안전 관련 중요정보의 은폐·누락 ▲경제적 대가를 받은 추천·소개 사실의 은폐·누

락을 기만행위 유형으로 새롭게 명시한 점이다.

공정위는 “상품의 안전성과 관련된 핵심 정보를 숨기거나 불완전하게 알리는 행위는 소비자의 합리적 선택을 왜곡하는 전형적인 기만행위”라며, 가습기 살균제 사건처럼 독성물질이 포함된 사실을 고의로 알리지 않은 사례를 구체적 예시로 제시했다.

또 광고주로부터 금전이나 물품 등 대가를 받고 상품을 소개하거나 추천하면서 이를 밝히지 않는 행위도 기만적 표시·광고에 해당한다. 예를 들어 기업이 직접 운영하는 사회관계망서비스(SNS) 계정에서 자사 제품을 홍보하면서 제3자 추천인 것처럼 가장하는 경

우가 이에 포함된다.

공정위는 “추천·보증 형태의 광고가 소비자에게 사실상 광고임을 인식하기 어렵게 하는 문제가 지속돼 왔다”며, “경제적 대가 수수 여부를 명시하도록 기준을 구체화했다”고 설명했다.

아울러 ‘한정수량’, ‘금일마감’, ‘남은 시간 00분’ 등으로 표시해 놓고 실제로는 동일 조건의 판매를 계속하는 행위도 기만적 광고의 예시로 추가됐다.

공정위는 “이번 심사지침 개정으로 기만적인 표시·광고 유형을 추가·구체화함으로써 법 적용 여부에 대한 업계의 이해와 예측 가능성을 높여 법 위반을 미연에 방지하고, 소비자 피해를 효과적으로 예방하는데 기여할 것으로 기대된다”고 밝혔다. /세종=한용수 기자

‘한우’ UAE 수출길… 19억 할랄시장 진출

농식품부, 초도물량 1.5t 첫 수출

국내 대표 한우가 아랍에미리트(UAE) 수출길에 오르며, 19억 인구의 할랄 시장 진출이 본격화됐다.

농림축산식품부는 30일 농협중앙회에서 ‘UAE 한우 수출 선적기념식’을 열고, 인천공항과 항만을 통해 냉장·냉동 한우 초도물량 약 1.5t을 처음으로 수

출했다고 밝혔다.

이번 수출로 한우는 홍콩, 말레이시아, 캄보디아, 라오스에 이어 UAE까지 총 5개국으로 정식 수출이 가능해졌다.

UAE는 1인당 국민소득이 5만 달러에 달하는 고소득 국가로, 소고기 소비량의 90% 이상을 수입에 의존한다. 특히 호주·미국산 소고기의 점유율이 높지만, 최근 일본산 프리미엄 소고기에 대한 수요

가 급증하면서 한우와 같은 고급육에 대한 시장 가능성이 커지고 있다.

농식품부는 이번 수출을 계기로 ‘한우 글로벌 브랜드화’에도 속도를 낼 계획이다. 내달에는 방한 외국인 관광객을 대상으로 한 ‘한우 미식 체험단’을 운영하고 요리교실·미식여행 프로그램을 통해 한우의 맛과 품질을 직접 알릴 예정이다. 또한 관광업계와 협력해 소비여력이 높은 외국인 관광객 대상 한우 체험·소비 투어 프로그램도 공동 개발한다. /세종=김연세 기자 kys@

사업체 종사자 수 올해들어 처음 증가세

고용부, 9월 사업체노동력조사

올해 들어 처음으로 사업체 종사자 수가 전년보다 증가했다. 건설업 부진으로 이어지던 감소세가 완화되고, 보건·복지 분야에서 인력 수요가 늘어난 영향이다.

고용노동부가 30일 발표한 ‘2025년 9월 사업체노동력조사’ 결과에 따르면, 9월 말 기준 종사자 1인 이상 사업체의 종사자 수는 2034만6000명으로 집계됐다. 이는 전년 동월 대비 5만명(0.2%) 증가한 수치다.

종사자 수는 올해 1월 5만5000명 감소한 이후 8월까지 반등하지 못했으나, 9월 들어 처음 증가세로 돌아섰다. 노동부는 “건설업 감소폭 축소와 보건업·사회복지서비스업의 꾸준한 증가가 영향을 미친 것으로 보인다”고 설명했다.

실제로 건설업 종사자는 6만1000명

(-4.2%) 줄었지만, 이는 올해 들어 가장 작은 감소폭이다. 제조업도 6만명 감소에 그치며 8월(-1만9000명)에 비해 낙폭이 완화됐다. 특히 건설업의 채용 인원은 전년 동월보다 1만8000명(7%) 늘어 회복 기대를 키웠다.

보건업 및 사회복지서비스업은 9만8000명(4%) 증가해 올해 최대폭을 기록했다. 고령화로 인한 돌봄·복지 서비스 수요가 늘면서 해당 업종은 지속적인 고용 확대세를 보이고 있다.

한미 관세협상 타결이 향후 고용 흐름에 미칠 영향에 대해 노동부 관계자는 “예측은 어렵지만 기대는 할 수 있다”고 말했다.

8월 기준 상용근로자 1인 이상 사업체의 근로자 1인당 임금총액은 393만7000원으로, 전년보다 1.7%(6만7000원) 증가했다. 물가상승을 반영한 실질 임금은 338만1000원으로 0.1%(2000원) 늘었다. /세종=한용수 기자

한전 “전기사용 줄이고 캐시백 받아요”

‘에너지캐시백’ 가입 이벤트

한국전력이 국민과 함께하는 탄소중립 실천 캠페인에 나섰다. 겨울철 난방기기 사용이 늘어나는 시기를 앞두고, 전기 절약에 동참하면 전기요금 감면과 경품을 받을 수 있는 ‘에너지캐시백’ 가입 이벤트를 진행한다.

한전은 10월 30일부터 내년 1월 4일까지 ‘에너지캐시백 경품 이벤트’를 열고, 기간 중 신규 또는 기존 가입 고객 650명을 추첨해 스탬바이미GO, 음식물처리기, 국민관광상품권 등 다양한 경품을 제공한다고 30일 밝혔다.

에너지캐시백은 가정의 전력사용량

을 줄이면 절감률에 따라 현금성 포인트로 돌려주는 절전 프로그램이다. 직전 2개년 평균 사용량 대비 3% 이상 절감 시 kWh당 30원, 최대 100원까지 캐시백을 받을 수 있다. 절감액은 다음 달 전기요금에서 자동 차감된다.

현재 전국 약 155만 가구가 프로그램에 참여 중이며, 참여 가구 대부분이 겨울철 난방비 부담 완화 효과를 체감한 것으로 알려졌다. 신청은 주소지에 주민등록된 구성원이면 누구나 가능하며, ‘한전ON’ 홈페이지 또는 포털 검색을 통해 온라인으로 간편히 등록할 수 있다. 공동주택 거주자도 세대별로 참여할 수 있다. /세종=한용수 기자



지난 29일 서울 삼성동 코엑스에서 열린 농수산물유통공사 ‘K-푸드 글로벌 수출전략 설명회’에 해외지사장들이 참석해 있다. /aT

aT, 대한민국 식품 영토확장 전략 공유

19개 해외지사장 ‘수출전략 설명회’

해외K-푸드 수출 최전선에서 활약 중인 한국농수산물유통공사(aT)의 19개 해외지사장들이 한자리에 모였다.

aT는 지난 29일 서울 삼성동 코엑스에서 ‘K-푸드 글로벌 수출전략 설명회’를 개최하고 대한민국 식품 영토 확장을 위한 전략을 공유했다. 행사에는 19개 해외지사장 및 150여 개 수출기업 관계자들이 참석했다.

이번 설명회는 급변하는 글로벌 통상 환경 속에서 주요 수출시장 동향을 점검하고, 시장별 맞춤형 전략을 마련하기 위

해 마련됐다. 무역수출 전문가들이 직접 기초강연에 나서 K-푸드의 신시장 개척 전략과 위기 극복 방안을 제시했다.

강연자로 나선 박철주 전라남도 국제관계대사는 ‘신시장 개척을 통한 K-푸드 영토 확장 방안’을 주제로, 수출 다변화 전략을 발표했다. 미국 국제무역법률전문 김진정 변호사는 ‘K-푸드 대미 수출 기업 리스크 대응 방안’을 다뤘다. 최근 미국 FDA 식품안전현대화법(FSMA) 등 규제 변화와 검역 강화 등 장애 요인을 진단하고, 해외공급업체검증제(FSVP) 규정 준수 등 미주지역 진출을 위한 실질적인 방안을 소개했다. /세종=김연세 기자